EBOOK FREE
Sunbook
MZBOOK
mediaz
INTO THE WORLD OF MEDIA

# DIGITAL MARKETING là gì?

## Và sơ đồ kênh Digital Marketing

# Duong Kobo's Book Club

*Tủ sách Kỹ thuật số*
*dành cho*
*Kindle & Kobo*

SCAN TO JOIN

# DIGITAL MARKETING LÀ GÌ? VÀ SƠ ĐỒ KÊNH DIGITAL MARKETING

Với thời đại phát triển như ngày nay, các kênh tiếp thị kỹ thuật số hay còn gọi là Digital Marketing đang dần thay thế và sánh ngang với kênh tiếp thị truyền thống. Trong khi Marketing truyền thống chỉ tập trung vào việc "gây ấn tượng", thì Digital Marketing lại hướng đến một khía cạnh mới, chính là cho phép người dùng trải nghiệm sản phẩm, dịch vụ, nhất là trong thời đại bùng nổ của Internet.

**Digital Marketing**

Khi tìm hiểu từ khóa "*What is Digital Marketing?*" trên Google sẽ có hàng loạt kết quả trả về với rất nhiều hướng định nghĩa theo cách hiểu của mỗi người, như:

> Digital Marketing là một thuật ngữ chung chỉ việc tiếp thị sản phẩm hoặc dịch vụ bằng cách sử dụng các công nghệ kỹ thuật số, chủ yếu là trên Internet. Nhưng cũng bao gồm cả điện thoại di động, quảng cáo hiển thị, và bất kỳ phương tiện kỹ thuật số nào (tivi, radio, LCD …).
>
> Theo *Wikipedia*

Theo *Asia Digital Marketing Association*, Digital Marketing là chiến lược dùng Internet làm phương tiện cho cách làm việc marketing và trao đổi thông tin.

Theo *SAS software & Business Dictionary*, Digital Marketing là quảng bá sản phẩm hoặc thương hiệu thông qua một hoặc nhiều hình thức truyền thông điện tử.

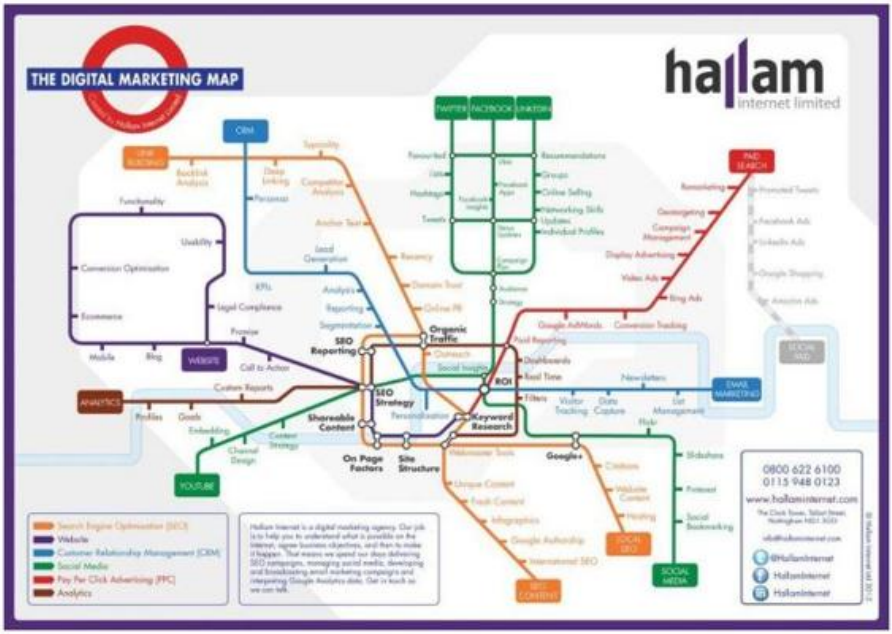
Với cái nhìn khác của những chuyên gia trong lĩnh vực này, Digital Marketing còn được định nghĩa như sau:

> "Digital Marketing là việc quản lý và làm những việc marketing bằng cách sử dụng phương tiện quảng cáo điện tử như: web, email, iTV hay các phương tiện không dây phối hợp với data số khác về đặc điểm và hành vi của khách hàng."
>
> – Dave Chaffey, Insights Director at ClickThrough Marketing.

Hay

> "Digital Marketing là việc thực thi các hoạt động quảng bá sản phẩm và dịch vụ bằng cách sử dụng các kênh phân phối trực tuyến định hướng theo cơ sở dữ liệu nhằm mục đích tiếp cận khách hàng đúng thời điểm, đúng nhu cầu, đúng đối tượng với mức chi phí hợp lý"
>
> – Jared Reitzin, CEO – mobileStorm Inc.

Mặc dù có nhiều cách định nghĩa khác nhau về Digital Marketing, nhưng chúng ta chỉ cần nhớ rằng Digital Marketing nhấn mạnh đến 3 yếu tố: **sử dụng các phương tiện kỹ thuật số, tiếp cận khách hàng trong môi trường kỹ thuật số và tương tác với khách hàng.**




**Lợi ích khi sử dụng Digital Marketing**

Digital Marketing là một phần quan trọng trong tổng thể chiến lược Marketing. Cùng với marketing truyền thống, Digital Marketing đóng vai trò quan trọng là cầu nối giữa người dùng và doanh nghiệp. Không chỉ vậy, Digital Marketing đã và đang là thế mạnh cho hầu hết các doanh nghiệp và chiếm một lượng ngân sách không hề nhỏ trong chiến lược Marketing tổng thể của doanh nghiệp. Sự phát triển mạnh của Digital Marketing không làm biến mất sự hiện diện của Marketing truyền thống mà nó còn khắc phục được những điểm hạn chế trước đây, chứng tỏ những ưu thế vượt trội so với Marketing truyền thống trong nhiều mặt như:

**Tính thuận tiện**

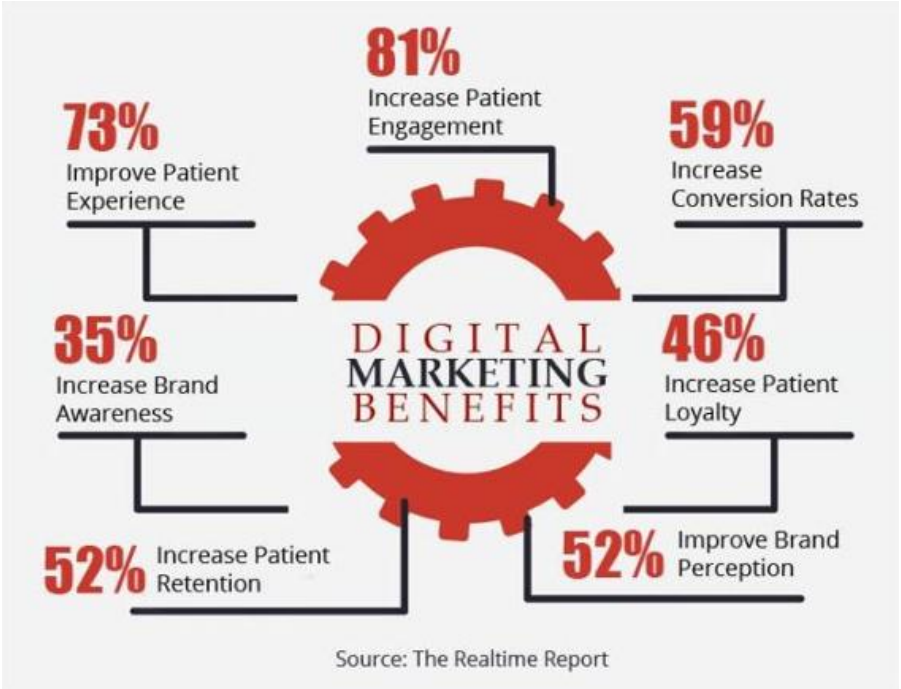
Trong thời đại tất cả mọi người coi Google giống như kim chỉ nan cho hành động của mình, thì digital marketing được xem như là chìa khóa duy nhất để giúp doanh nghiệp bán được hàng. Với Digital Marketing, các doanh nghiệp có thể hoạt động 24/7 mà không phải bận tâm quá nhiều đến vấn đề thời gian. Bên cạnh đó, khách hàng cảm thấy thuận tiện hơn khi họ có thể đặt hàng trực tuyến hay có thể tìm đến cửa hàng bất cứ khi nào và ở đâu để mua hàng, tìm mẫu mã mới, đọc các review về sản phẩm hay trao đổi với bạn bè về sản phẩm.

62%
of the companies have witnessed incremental sales volumes after designing a MOBILE FRIENDLY WEBSITE. Now-a-days people spend much time online on social media platforms.
WHY?
DIGITAL
MARKETING
78%
of the local searches are done on SMARTPHONES. Customers are now using their mobile devices virtually anywhere anytime to search for local business and buy things.
50%
of the searches are from VOICE SEARCH ENGINE and voice recognition technology is getting more advanced.
82%
of people watch videos online. Of late, VIDEO MARKETING has emerged as one of the fastest growing digital marketing strategies.

Tỷ lệ người dùng sử dụng Smartphone, xem Video và tìm kiếm bằng giọng nói dần phổ biến

**Chi phí khởi điểm thấp**

Với việc sử dụng phương pháp phổ biến của Marketing truyền thống (quảng cáo trên truyền hình, tổ chức sự kiện, biển hiệu, báo đài, tạp chí, tờ rơi, thư tín, gọi điện hay thậm chí là chào bán, giới thiệu sản phẩm trực tiếp) để marketing cho các doanh nghiệp đòi hỏi các doanh nghiệp đó phải có ngân sách lớn, chi phí có thể lên đến hàng chục tỷ đồng là điều hoàn toàn có thể xảy ra. Tuy nhiên chi phí làm Digital Marketing thấp hơn nhiều so với truyền thống, nó sẽ giúp các doanh nghiệp bắt đầu quảng cáo online mà không cần bận tâm đến vấn đề chi phí ban đầu, bởi vì các nhà quảng cáo không yêu cầu các doanh nghiệp phải ký một hợp đồng giá trị lớn nào thì mới có thể phục vụ doanh nghiệp, không phải đóng phí thuê mặt bằng hay bảo trì. Bản thân doanh nghiệp có quyền quyết định cách thức tiếp cận, chi phí cho từng chiến dịch là bao nhiêu và trong khoảng thời gian bao lâu. Tất cả các công cụ tìm kiếm như Google, Cốc Cốc và các nền tảng kênh xã hội như Facebook, Pinterest, Instagram đều đưa ra những giá thầu linh động để mọi doanh nghiệp có thể chạy quảng cáo tùy vào việc quản lý ngân sách của họ.




Chí phí và hiệu quả của Digital Marketing rất tốt!

Ví dụ như các doanh nghiệp có thể bắt đầu sử dụng Facebook advertising để tiếp cận khách hàng với chi phí thấp. Hay với Google Ads, giá thực tế doanh nghiệp phải trả cho Google để quảng bá thương hiệu thường thấp hơn ngân sách dự kiến nếu như họ quản lý tốt các công cụ quảng cáo và chọn lựa giá thầu hợp lý. Thậm chí nếu như doanh nghiệp quyết định không dành ngân sách cho việc quảng cáo thì vẫn có nhiều cách khác thu hút khách hàng đến với họ qua các con đường miễn phí khác như: Tự đăng bài lên Website của mình và tối ưu nội dung cho công cụ tìm kiếm (SEO), tận dụng trang thông tin miễn phí, tạo gian hàng trên các trang thương mại điện tử lớn …

**Tiếp cận nhanh chóng, rộng và sâu hơn**

Tiếp *cận nhanh chóng*: Với việc truyền thông trên website, email và các kênh truyền thông xã hội cho phép tin nhắn của doanh nghiệp được chia sẻ vô cùng nhanh chóng.

*Tiếp cận rộng:* Doanh nghiệp tiếp cận khách hàng trên một phạm vi rộng lớn bigdata. Bigdata là số lượng cực lớn về dữ liệu người dùng (hồ sơ khách hàng, âm thanh, hình ảnh, văn bản) mà nền quảng cáo trực tuyến (google, facebook…) thu thập dữ liệu người

dùng thông qua khai báo hoặc lịch sử hoạt động người dùng. Do đó, khách hàng có thể nhìn thấy doanh nghiệp ở bất cứ đâu trên thế giới từ một chiến dịch tiếp thị, doanh nghiệp cũng có thể bán hàng cho khách hàng ở bất cứ nơi đâu, bất cứ quốc gia nào mà không cần mở cửa hàng ở nơi đó, mở rộng thị trường mục tiêu, tổ chức hình thức kinh doanh xuất khẩu mà không cần xây dựng mạng lưới kênh phân phối ở các quốc gia khác. Trong khi đó chi phí để làm điều này bằng cách sử dụng phương pháp truyền thống khá là đáng kể. Vì vậy, tối ưu hóa các từ khóa tìm kiếm nội dung trong website giúp doanh nghiệp nhận được nhiều giá trị lâu dài, với chi phí bỏ ra tương đối thấp để duy trì thứ hạng trên các công cụ tìm kiếm.

*Tiếp cận sâu:* Có bao giờ bạn đặt câu hỏi "Tại sao quảng cáo Facebook của một fanpage nào đó tình cờ hiện trên News Feed - nội dung nằm chính giữa trang chủ Facebook của bạn và thật trùng hợp đó là thứ mà bạn đang quan tâm không?". Đó là bởi thông qua "dấu vết" mà người dùng để lại trên Internet (IP, cookies, trang web đã truy cập, hành vi sử dụng, thiết bị sử dụng, thông tin chủ động khai báo – như cung cấp thông tin cá nhân cho Facebook, Google…) các kênh quảng cáo trực tuyến hoàn toàn có thể giúp bạn tiếp cận tới từng người dùng cụ thể.

**Khả năng đo lường hiệu quả**

Với Marketing truyền thống, thật khó để theo dõi, đo lường chính xác hiệu quả quảng cáo hay thay đổi, nhưng Digital Marketing thì khác, nó có khả năng đo lường một cách dễ dàng và hiệu quả hơn với những công cụ phân tích kỹ thuật số (digital analytic tools). Các doanh nghiệp có thể đo lường chính xác được mức độ quan tâm của khách hàng tiềm năng đối với mỗi mẫu quảng cáo đó qua việc đánh giá chính xác số lượt người quan tâm, truy cập quảng cáo, số lượt tìm kiếm doanh nghiệp với từ khóa cụ thể. Bên cạnh đó các nhà quảng cáo còn tính được chi phí quảng cáo theo ngày đăng, vị trí . Bằng cách này, các doanh nghiệp có thể kiểm soát ngân sách quảng cáo của mình một cách tối đa, thay đổi hay điều chỉnh kịp thời chiến dịch. Thậm chí những công cụ này còn đo lường được hướng đi của người dùng như họ đến website của doanh nghiệp qua nguồn nào: trang Facebook hay tự tìm kiếm trên Google, họ được điều hướng đến đâu trong website của bạn, ở lại website của bạn bao lâu, nội dung họ đọc trên website của bạn.

Ngoài ra những công cụ này còn đo lường được độ chuyển đổi từ độc giả sang khách hàng bằng những thông số cụ thể, ngay cả khi lượng khách hàng tiềm năng bị giảm sút qua từng bước chúng ta

cũng có thể thống kê để tìm ra quảng cáo cần phải tối ưu thêm ở khâu nào. Việc đo lường hiệu quả kinh doanh cũng trở nên dễ dàng và hiệu quả hơn, các doanh nghiệp có thể tính toán được số tiền lãi thu về trên mỗi sản phẩm được bán ra sau khi trừ đi chi phí sản xuất, chi phí quảng cáo và các chi phí khác.

GOALS & OBJECTIVES
Define your goals and objectives. What do you want to achieve from Digital Marketing?
MEASURE
See what all works well for your campaigns. Plan for improvement. Revise your strategy if needed!
IDENTIFY YOUR CUSTOMERS
Do proper research to find out your customers and audience
E-MAIL MARKETING
Grow your contact list
Compose great emails
Create a schedule
Measure the above. See what works, keep doing better. If something isn't working, plan an alternative approach.
IDENTIFY YOUR COMPETITORS
Perform research to find out your competitors. Figure out what's their strategy towards digital presence?
DIGITAL MARKETING STRATEGY
DECIDE THE ROLE
Assign the role and decide who will be responsible for which tasks. Skill set is the key factor.
MOBILE MARKETING
Define the goals
Choose right platforms
Measure the above. See what works, keep doing better. If something isn't working, plan an alternative approach.
CONTENT MARKETING
Blogging, Infographics, Press Releases, Forums, Articles, Videos, Podcasting, Webinars, Documents, LinkedIn & Guest Blogging
Measure the above. See what works, keep doing better. If something isn't working, plan an alternative approach.
SOCIAL MEDIA
Select appropriate channel
Plan and optimize your social content
Measure the above. See what works, keep doing better. If something isn't working, plan an alternative approach.
SEO & SEM
Perform Keyword Research
SEO - On Page and Off Page
Paid Search Ads
Paid Search Advertisement
Pay Per Click (PPC)
Measure the above. See what works, keep doing better. If something isn't working, plan an alternative approach.

Hiểu Digital Marketing là gì thông qua Digital Marketing Strategy Circle

Đây là ưu điểm mà marketing truyền thống không làm được và điều này khiến cho digital marketing trở thành một công cụ đắc lực cho các nhà làm marketing.

**Nhắm đúng khách hàng mục tiêu**

Việc nhắm đúng đối tượng khách hàng mục tiêu cho từng chiến dịch marketing là một trong những yêu cầu tiên quyết của bất kỳ doanh nghiệp nào. Đây không phải là việc dễ dàng, tuy nhiên khác với Marketing truyền thống, Digital Marketing có khả năng

lựa chọn đối tượng để quảng cáo dựa trên dữ liệu khách hàng có sẵn - những nhu cầu thông tin người dùng, từ đó giúp doanh nghiệp đưa sản phẩm của mình tới chính xác đối tượng có nhu cầu. Dữ liệu này cũng có thể là do doanh nghiệp tự xây dựng hoặc được bên thứ ba cung cấp như Facebook, Google - nơi có khả năng tiếp cận và thu thập thông tin từ số lượng người dùng cực lớn. Tất cả các công cụ tìm kiếm và nền tảng kênh xã hội đều cung cấp những lựa chọn về nhân khẩu học (như giới tính, tuổi tác, nghề nghiệp, địa chỉ vùng miền...), về thói quen mua sắm, sở thích và hành vi cụ thể của hàng triệu người dùng. Ví dụ khi bạn dự định chạy quảng cáo trên Facebook, Facebook sẽ hỏi đối tượng khách hàng bạn muốn tiếp cận trong chiến dịch quảng cáo này với những chọn lựa tiêu biểu như: địa điểm, tuổi, giới tính, ngôn ngữ, sở thích, hành vi và rất nhiều lựa chọn khác để xác định tệp khách hàng tối đa mà quảng cáo có thể tiếp cận đến.

Với sự trợ giúp đắc lực của Facebook, Google, các công ty công nghệ, các doanh nghiệp được phép chọn cách hiển thị quảng cáo của mình đến nhiều đối tượng. Đồng thời, có thể kết hợp nhiều tiêu chí khác nhau trong việc sàng lọc đối tượng quảng cáo; thậm chí khi thêm hay bớt đi một tiêu chí, các doanh nghiệp có thể biết ngay số lượng người thỏa mãn điều kiện chọn lọc trong một khu vực nhất định.

Nhắm đúng khách hàng mục tiêu giúp cho chiến dịch marketing tăng hiệu quả gấp bội, cụ thể các doanh nghiệp tăng doanh số bán hàng, tiết kiệm chi phí tối đa, chọn đúng được khách hàng tiềm năng, xác định được độ lớn của thị trường một cách đơn giản và chi tiết.

**Xây dựng mối quan hệ**

Thông qua môi trường internet, các doanh nghiệp có thể dễ dàng trò chuyện, trao đổi với khách hàng của mình. Do khi tương tác với khách hàng, doanh nghiệp có thể thu thập ý kiến và thấu hiểu điều mà khách hàng mong muốn (insight), từ đó tạo ra sản phẩm và dịch vụ đáp ứng được mong muốn đó.

Khi khách hàng đã mua sản phẩm trực tuyến, bạn có thể bắt đầu mối quan hệ với họ bằng cách gửi một email tiếp theo để xác nhận giao dịch và gửi lời cảm ơn đến khách hàng. Việc thường xuyên gửi email cho khách hàng về những sản phẩm họ quan tâm, kèm theo những khuyến mãi/quà tặng đặc biệt mang tính dành riêng cho họ nhằm duy trì mối quan hệ tốt đẹp và bền vững. Bạn cũng có thể mời khách hàng gửi đánh giá sản phẩm trên trang web.

Hãy tạo dựng fanpage hoặc group trên facebook để truyền tải những thông tin và trực tiếp chăm sóc khách hàng, bởi đa phần người dùng đều muốn nhắn tin, bình luận qua trực tuyến trước khi họ gọi tới hotline hoặc phải đến trực tiếp cửa hàng để hỏi về một vấn đề đang thắc mắc.

Thực tế các doanh nghiệp rất ưa chuộng lợi ích của việc tạo mối quan hệ mà Digital Marketing mang lại. Bởi khả năng xác định khách hàng chính xác và tập trung quảng cáo với tần suất lớn, trên nhiều kênh một lúc với chi phí thấp. Hơn thế, doanh nghiệp có thể phân loại và đánh giá khả năng mua hàng của khách hàng thông qua việc tương tác của họ đối với các sản phẩm quảng cáo để tập trung nguồn lực cho nhóm đối tượng có tiềm năng mang lại doanh thu cao hơn cho doanh nghiệp.

**Tương tác hai hay nhiều chiều**

Tương tác từ doanh nghiệp với khách hàng không chỉ khuyến khích khách hàng mua và sử dụng sản phẩm mà góp phần lớn giúp doanh nghiệp có được khách hàng trung thành sau này. Do khi tương tác với khách hàng, doanh nghiệp có thể thu thập ý kiến và thấu hiểu điều mà khách hàng mong muốn (insight), từ đó tạo ra sản phẩm và dịch vụ đáp ứng được mong muốn đó.

Hãy để khách hàng tự do tương tác và trao đổi quan điểm ý kiến của họ về sản phẩm của doanh nghiệp, như vậy khách hàng phần nào thấy phấn khích khi ý kiến đóng góp của mình được trân trọng. Từ đó họ sẽ yêu thích nhãn hàng, tăng uy tín cho thương hiệu.

**Tính lan truyền nhanh**

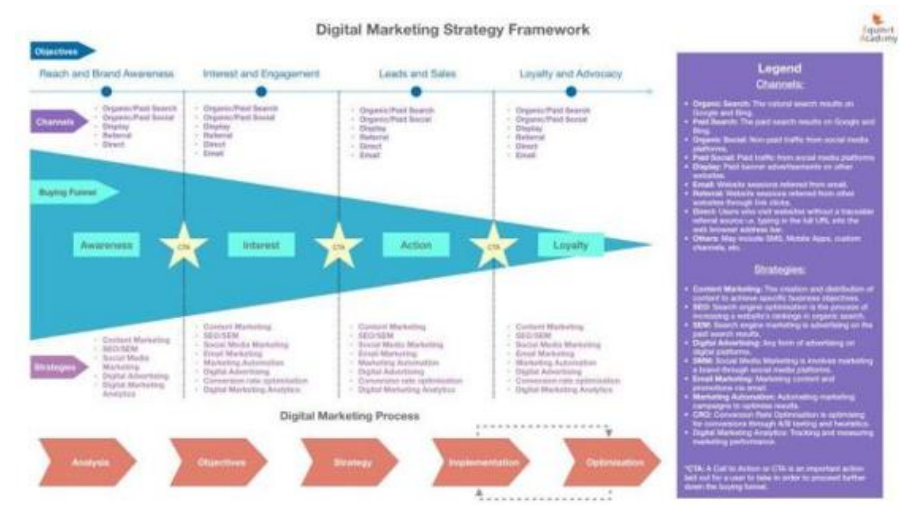
Viral marketing về bản chất là khuyến khích cá nhân lan truyền nội dung thông điệp tiếp thị mà doanh nghiệp gửi gắm. Có thể nói đây là ưu điểm lớn nhất của phương thức marketing dựa vào phương tiện kỹ thuật số. Digital Marketing bên cạnh việc giúp doanh nghiệp PR miễn phí còn tạo nên hiệu ứng đám đông, khiến cho nhiều người biết đến thương hiệu hay có chút thiện cảm cho thương hiệu của bạn. Ở một số sự kiện, người tham dự không chỉ thực hiện hành động chia sẻ trước khi sự kiện diễn ra mà ngay cả khi diễn ra sự kiện vẫn có thể đăng những dòng trạng thái, hình ảnh để chia sẻ cảm xúc của mình một cách chân thực nhất.

**Có nhiều lựa chọn**

Thông qua việc sử dụng nhiều công cụ khác nhau, cá nhân người

dùng hoặc doanh nghiệp có thể tự do lựa chọn loại hình cho mình sao cho phù hợp nhất.

Nhìn chung, Digital Marketing là một trong những cách tiếp thị phổ biến và hầu như được nhiều doanh nghiệp và các cá nhân kinh doanh online ngày nay sử dụng vì nó đem đến cho chúng ra nhiều lợi ích. Nó tạo ra một sân chơi bình đẳng cho bất kỳ doanh nghiệp nào cũng có thể cạnh tranh với đối thủ của mình dù quy mô lớn hay nhỏ nhằm quảng bá sản phẩm tới khách hàng, loại bỏ các rào cản về địa lý, chi phí khởi điểm, kỹ thuật chuyên sâu, đồng thời giúp cho quá trình quảng bá sản phẩm hiệu quả hơn nhiều lần nhờ việc phân vùng chuẩn khách hàng mục tiêu, từ đó doanh nghiệp có thể đánh giá kết quả công việc được thuận lợi và chính xác hơn. Tuy nhiên Digital Marketing không đơn thuần chỉ có những ưu điểm mà nó là con dao hai lưỡi, vì vậy doanh nghiệp muốn thành công và đạt được hiệu quả khi đưa digital vào marketing đòi hỏi doanh nghiệp phải xây dựng những điều kiện cần và đủ, bên cạnh đó phải nghiên cứu thật kỹ trước khi áp dụng cho thương hiệu của mình.



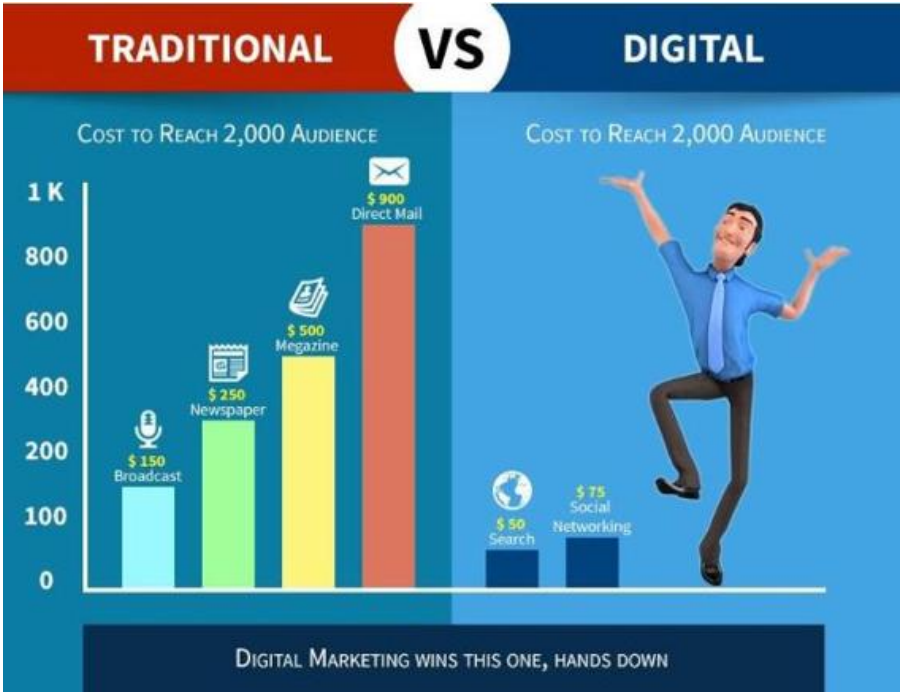

**Sơ đồ kênh trong Digital Marketing**

Digital Marketing là một lĩnh vực đang chiếm thế thượng phong trên thị trường và trở thành kênh tiếp thị hàng đầu được các doanh nghiệp tin dùng. Doanh nghiệp sử dụng các kênh truyền thông Digital Marketing (Display Network, Social Media…) để tiếp cận khách hàng tiềm năng, thông qua đó quảng bá thương hiệu và sản phẩm, dịch vụ của mình.

Quan sát sơ đồ trên, Digital Marketing đã tồn tại trong khái niệm của Marketing Mix. Nó xuất hiện ở yếu tố Promotion (thuộc mô hình 4P), tại đây có sự thay đổi của hoạt động Marketing khi có sự phát triển của mạng Internet. Marketing số (Digital Marketing) đã có những ưu điểm vượt trội so với Marketing truyền thống nhờ sự xuất hiện của nhiều kênh tiếp thị số (SEO, PPC, Email Marketing, Social Media, Display Network…) - nền tảng quan trọng để các doanh nghiệp có thể vận dụng linh hoạt, đón bắt sự thay đổi và triển khai thành công các chiến lược Marketing trên môi trường Digital.

**Ai cần dùng Digital Marketing**

Nghề Digital Marketing cũng là làm Marketing (bao gồm việc dựng kịch bản marketing, lập kế hoạch marketing và đo lường kết quả marketing), nhưng trong môi trường số (Internet là chủ yếu). Digital marketing ngày càng khẳng định tầm quan trọng của mình trong những chiến lược tiếp thị của các công ty, doanh nghiệp lớn nhỏ không chỉ ở Việt Nam mà còn trên toàn thế giới.




Nhìn hình này bạn sẽ thấy, ai cũng cần phải hiểu Digital Marketing là gì, và ai cũng nên triển khai Digital Marketing…

**Vậy những ai cần dùng Digital Marketing?**

Với sự phát triển mạnh mẽ, Digital Marketing đã thu hút được rất đông đảo các bạn trẻ có nhu cầu tìm hiểu và đang mong muốn theo đuổi con đường này. Những kiến thức về SEO, tối ưu hóa website, lên kế hoạch marketing online cũng như đo lường kết quả chiến lược Digital Marketing đều có thể học thông qua quá trình làm việc và học thêm các khóa học từ các trung tâm chuyên nghiệp bên ngoài. Việc bạn có học chuyên ngành marketing hay không không quan trọng.

Không chỉ là về mặt nhân sự, ngay cả thị trường cũng có những biến đổi khi ngày càng nhiều công ty tham gia vào mảng Digital Marketing, trong số đó có nhiều công ty trước đây chuyên về quảng cáo truyền thống (sự kiện, TVC, billboard quảng cáo, in ấn…) nhưng nay mở rộng sang các mảng về Digital Marketing. Điều này cũng dẫn đến việc nhiều người trước đây làm về mảng Marketing truyền thống cũng muốn tìm hiểu thêm và chuyển dần sang mảng Digital Marketing trong khoảng thời gian gần đây, bởi họ cảm thấy được sự phát triển của mảng này và coi đó là cơ hội để mở rộng thêm kiến thức hoặc cơ hội nghề nghiệp mới.

Thực tế, nghề Digital Marketing rất rộng với các vị trí công việc như:

• Nếu bạn có tố chất kỹ thuật: thiết kế web, thiết kế app SEO, SEM, Multimedia (clip. flash)

• Nếu bạn có tố chất sáng tạo: Graphic design, Multimedia

• Nếu bạn có khả năng viết lách/giao tiếp: Social media (Facebook, forum, Blog), SEO, online communication, content marketing, copywriter

Nếu bạn đang lo lắng vì mình không có nhiều kiến thức chuyên môn về lĩnh vực này nên khó có thể theo được thì đó là suy nghĩ vô dùng tiêu cực. Cho dù bạn là một trong số các Marketers truyền thống hay là người mới hoàn toàn nếu đang muốn tìm hiểu sâu về Digital Marketing này thì hoàn toàn có thể bắt tay vào việc nghiên cứu và thực hành để trở thành một Digital Marketer chính hiệu, chỉ cần bạn tự tin, có đam mê với lĩnh vực này và đáp ứng các kỹ năng của Digital Marketing là khả năng sáng tạo, óc phân tích và nhạy bén.

**Sunbook – thắp sáng tri thức**

**Sunbook** là nhà phát hành, phân phối sách của nhiều thương hiệu, trong đó nổi bật như **MZBook** với dòng sách về Digital Marketing, **MMO** với các đầu sách về kiếm tiền online hay**Easylife** với các đầu sách cho tối ưu cuộc sống.

Với slogan "Thắp sáng tri thức" Sunbook mong muốn mang những kiến thức hay nhất, hữu ích nhất đến các độc giả Việt. Và đây cũng chính là định hướng xuyên suốt cho các hoạt động của Sunbook trong những chặng đường tiếp theo.

Do vậy, dự án Free-ebook ra đời trong sự kết hợp của **Sunbook và MediaZ Agency** mang đến cho độc giả những cuốn ebook nhỏ liên quan đến một số chủ đề của ngành Digital Marketing. Hy vọng các bạn sẽ nhận được nhiều kiến thức hữu ích, bổ sung được những nội dung nền tảng liên quan đến ngành để hoàn thành tốt hơn công việc của mình.

Đừng ngại liên hệ với Sunbook của tụi mình nếu có bất cứ góp ý, đánh giá nào thông qua email: contact@sunbook.vn

Cảm ơn bạn vì đã ở đây đồng hành cùng Sunbook để khám phá những nội dung hay, hữu ích với bạn!

Đội ngũ đồng thực hiện